

평화 경제의 중심,
위대한 목포시대

국외정책연수단 연수결과 보고서

[관광 및 도시재생 활성화 방안 - 미국, 캐나다]



국외정책연수팀 연수 결과보고서

1 연수 개요

○ 목 적

- 미국과 캐나다의 관광활성화 및 도시재생 정책 리서치 실시
→ 내년 4월 케이블카 개통 대비 관광 수용 대책 수립 반영
→ 우리시 도시재생과 관련하여 다양한 아이디어 제시
- 선진도시 경제·생활·환경 등 우수정책 사례를 통한 시정 접목 방안 강구

○ 기 간 : 2018. 10. 24. ~ 2018. 11. 1. (7박 9일)

○ 지 역 : 미국, 캐나다

○ 인 원 : 15명

연번	소 속	직 급	성 명	성별	비고
1	안전총괄과	행정5급	김 성 호	남	팀장
2	용해동	행정5급	나 재 형	남	
3	공보과	행정6급	김 광 미	여	
4	일자리정책과	시설7급	한 기 천	남	
5	자치행정과	행정6급	김 명 준	남	
6	여성가족과	사회6급	박 현 주	여	
7	농업산업과	행정6급	조 진 만	남	
8	환경시설관리사무소	환경5급	김 경 윤	남	
9	건설과	시설5급	김 형 석	남	
10	보건위생과	보건5급	박 주 신	남	
11	문예시설관리과	행정6급	유 윤 수	남	
12	목포자연사박물관	행정5급	고 기 심	여	
13	상하수도행정과	사무운영7급	정 승 철	남	
14	도시재생과	시설8급	김 태 성	남	
15	신흥동	행정7급	이 미 경	여	

2 세 부 일 정

월 일 (요일)	장 소	일 정	연 수 내 용
10. 24(수)	인 천	▣ 출 국	▣ 목포 → 뉴욕
	뉴 욕	▣ 현지 견학	▣ 자유의 여신상, 첼시마켓, 그리니치빌리지 등 견학
10. 25(목)	뉴 욕	▣ 워싱턴 이동	▣ 스미소니언박물관, 링컨기념관, 백악관, 국회의사당 등 견학
	워싱턴	▣ 현지 견학	
	헤리스버그	▣ 헤리스버그 이동	
10. 26(금)	헤리스버그	▣ 나이아가라 이동	▣ 나이아가라 비지터센터(기관 방문), 테이블락 꽃시계, 월풀, 수력발전소 등 견학
	나이아가라	▣ 현지 견학	
10. 27(토)	나이아가라	▣ 토론토 이동	▣ 토론토 신시청, 구시청, 디스트릭스, CN타워 등 견학
	토론토	▣ 현지 견학	
10. 28(일)	토론토	▣ 몬트리올 이동	▣ 자끄 까르띠에 광장, 노트르담 성당, 성요셉성당, 맥길대학교 등 견학
	몬트리올	▣ 현지 견학	
10. 29(월)	몬트리올	▣ 퀘백 이동	▣ 퀘백시 관광청(기관 방문), 삿띠샹플랭, 아브라함평원, 왕의 산책로 등 견학 몽모렌시 폭포 및 케이블카 체험
	퀘 백	▣ 현지 견학	
10. 30(화)	퀘 백	▣ 뉴욕 이동	▣ 우드베리 아울렛 견학
	뉴 욕	▣ 현지 견학	
10. 31(수) ~ 11. 1(목)	뉴 욕 인 천	▣ 귀 국	▣ 뉴욕 → 인천 → 목포

3 연 수 국 가 주 요 현 황

1. 미 국

- 위 치 : 북아메리카 대륙 중부에 위치
 - 멕시코(남)와 캐나다(북) 국경을 접함
- 면 적 : 9,833,517km²(세계 3위, 한국45배)
- 인 구 : 326,767,000명(2018년 통계청 기준)
- 기 후 : 습한 동부와 건조한 서부, 북동부는 대륙성 기후, 남동부는 온대 및 아열대 기후, 캘리포니아지역은 지중해성기후 및 사막기후
- 수 도 : 워싱턴(Washington D.C)
- 언 어 : 영어
- 행정구역 : 1특별구 50주
- 민족구성 : 백인(77.7%), 흑인(13.2%), 아시아계(5.3%), 원주민(1.4%), 기타(2.4%)등으로 구성
- 종 교 : 개신교(51.3%), 카톨릭(23.9%)
- 화폐단위 : 미국달러(\$)
- 경제·물가 : GDP 명목기준 19조 3,906억\$ 세계1위(2018 IMF)
GDP 1인당기준 5만 9,501\$ 세계7위
GDP PPP기준 19조 4,171억\$ 세계2위
- 정치형태 : 연방공화제, 대통령중심제, 양원제
- 북아메리카에 위치한 50개의 주로 이루어진 연방국가이며, 동쪽으로 대서양, 서쪽으로 태평양과 러시아, 남쪽으로는 멕시코와 카리브해, 북쪽에는 캐나다와 접해 있으며, 정치, 문화, 경제, 군사 및 외교적인 영향력을 가진 초강대국임



2. 캐나다

○ 위 치 : 북아메리카 대륙 북부

○ 수 도 : 오타와

○ 인 구 : 약 36,954천 명

- 2018년 통계청 기준(세계 38위)

○ 면 적 : 9,984,670km²(한반도의 45배/세계 2위)

○ 언 어 : 공용어(영어 59%, 불어 23%), 기타(18%)

○ 종 교 : 카톨릭 44%, 개신교 23.3% 등

○ 국내총생산(GDP) : 1조 3,360억 달러(2009년 기준)

- 1인당 GDP : 3만 9,700달러(2009년 기준)

○ 기 후

- 남쪽의 온난한 기후부터, 북쪽의 북극성 기후까지 매우 다양

○ 사회문화

- 자연의 혜택이 풍부한 나라이지만, 풍토의 영향으로 도시에 거주하는 사람이 의외로 많고, 국민의 3/4 이상이 미국과의 국경에서 160km 이내인 최남부에 살고 있으며 생활수준이 높음

- 교육면에서는 12년의 의무교육이 실시되고 있고, 몬트리올대학, 토론토 대학 등 65개 이상의 종합대학, 180개 이상의 전문·예술대학이 있으며, 15세 이하 문맹률은 3%(1986)로 매우 낮음

- 캐나다 국민의 99.5%가 의료보험에 가입되어 있음

○ 한국과의 관계

- 캐나다는 남·북한 동시수교국으로, 1963년 1월 14일 한국과 외교관계를 맺었으며, 1965년 캐나다 대한민국대사관이, 1974년 주한 캐나다 대사관이 각각 설치됨




- 2000년도 대한(對韓) 수출 24억 3000만 달러, 수입 21억 달러

- 주요 수출품은 석탄·광물·펄프 등 천연자원과 1차산업 물품과 하이테크 상품이고, 수입품은 의류·기계류·전자제품·자동차 등임



4 기관 방문 활동내용




□ 나이아가라 비지터센터1 (NIAGARA FALLS HISTORY MUSEUM)

방문 일자	활 동 내 용 (질의응답 등)	
10. 26	<div>① 기관개요 및 사업설명 주요내용</div> <div>○ 나이아가라 폴스 뮤지엄은 시청 산하로 한국의 문화관광부와 같은 역할 (나이아가라폴스 인구 6만2천명)</div> <div>○ 시에서 인수한 지 얼마되지 않아서 계속 성장 중임</div> <div>○ 적은 인원과 예산으로 시작, 자원봉사자 많이 활용, 예산도 늘려가고 있음</div> <div>○ 나이아가라 지역 내 “유명작가”의 작품 전시행사로부터 시작하여 지역의 자원, 인재를 적극 활용</div> <div>○ 주요 발전방안<ul style="list-style-type: none">- 역사적 전쟁 등 역사자료와 관광자원을 서로 엮어서 스토리텔링- 박물관 뒤편에 2021년까지 아티스트 공간, 커피숍 등 상가, 이벤트 공간, 지역주민 문화공간 등을 포함한 복합문화센터를 완공하여 문화적인 트렌드 발전 추진</div> <div>○ 자금을 만드는 것(펀딩)이 가장 중요함<ul style="list-style-type: none">- 시 지원금 외에 아티스트 출연하는 “페스티벌” 등 개최, 수익 창출, 수익금은 아티스트 생활 지원 등에 재투자</div> <div>○ 이미 만들어진 상징물을 활용, 이윤 창출이 주업무임</div> <div>○ 시 소유 빌딩, 건물의 조각품·그림 등 예술품을 모아서 박물관 전시품으로 사용</div> <div>○ 홍보는 주로 SNS를 활용하여 전체 공유할 수 있도록 유도, SNS 홍보 활동의 범위가 커지고 있어 각 시설마다 SNS 담당자 별도 운영</div> <div>○ 관광객이 늘면서 원주민들에게 피해가 간다고 싫어하게 되는 경향이 있어서, 운영시책을 지역민과 관광객 어느 쪽에 맞춰야할지 고민<ul style="list-style-type: none">- 지역민을 위한 무료 영화상영, 무료 요가교실 등도 개설</div>	
		
기관 방문(나이아가라폴스 뮤지엄)	프리젠테이션 장면	뮤지엄 입구 기념촬영




□ 나이아가라 비지터센터2 (NIAGARA FALLS HISTORY MUSEUM)

방문 일자	활동내용(질의응답 등)
10. 26	<p>② 질의응답 내용</p> <p>① 박물관 건립 시기는? ○ 1960년 처음 건립되었으나, 시에서 본격적으로 매입 운영은 2012년임</p> <p>② 나이아가라폭포 방문객이 4백만명 정도라는데, 지역경제 유발효과는 ? ○ 폭포 인근 상점, 카지노, 놀이시설 등 운영 세금은 연방정부에서 운영하는 나이아가라폴 커미션에서 수입 처리하고 있음. ○ 다만, 시에서는 폭포를 찾는 관광객을 박물관 앞 거리(시가 관리하는 구역)로 끌어 들여야 하는 어려움이 있음.</p> <p>③ 유튜브 홍보를 주로 하는데, 이를 통해 얻어지는 경제적 효과는 ? ○ SNS를 통해 시를 직접적 홍보를 하는 게 아니라, 지역주민, 상가, 기업들이 이윤을 얻을 수 있도록 홍보를 해 주는 역할을 주로 함.</p> <p>④ “페스티벌”개최 시 시에서 지원해주는 비율은 어느 정도인지? ○ 시에서는 약 25%의 비용을 지원함</p> <p>⑤ 박물관인데 전시는 어떻게 하고 있는지? ○ 전시실이 총 3개인데, 2개소는 고정으로 전시하고 1개소는 6개월 단위로 전시품을 교체하고 있음</p> <p>③ 시사점 및 착안사항</p> <p>○ 지역 내 예술가 등을 적극 활용한 관광정책 필요 - 나이아가라폴시는 지역 내 예술가를 발굴하고 보조금이나 행사 이익금을 지원하면서 관광객 볼거리 제공을 위한 각종 전시, 공연, 축제 행사에 지속적으로 활용방안을 고민하고 실제로 활용을 잘 하고 있음 - 시민 예술가를 활용한 길거리 공연 등 시민 참여분위기 조성이 장기적으로 지역 내 예술 진흥과 인적자원 보유를 통한 소요예산 절감에도 기여하게 되므로 우리시도 적극 추진하면 좋을 것임.</p> <p>○ 폭포 관광객이 많이 와도 원주민들은 교통체증 등 다양한 불편을 느끼고 거부반응을 일으키는 사례는 캐나다의 경우도 나타나고 있으며, 시 차원에서 주민 편의 및 문화시설 지원 노력이 돋보임 - 지역경제 활성화를 위한 관광객 확충 시설이나 정책도 중요 하겠지만, 원주민과 정책이나 시책추진 시 수시로 소통하면서 주민들의 니즈(needs)를 잘 파악하고 관광정책과 조화롭게 발전시켜 나가려는 노력이 필요함</p>

□ 퀘백시 관광청1

방문 일자	활동내용(질의응답 등)	
10. 29.	<div>① 기관개요 및 사업설명 주요내용</div> <div>○ 퀘백시의 관광청은 시의 1개 부서로 1,200여개 협회와 협약을 체결하여 일하고 있음 (퀘백시 인구 60만명)</div> <div>○ 운영 목표(미션)는</div> <div>① 관광산업 성장 - 1개월간 5백만명 이상 관광객 확보 목표</div> <div>② 관광산업 성장 과정 속에 어떤 서비스, 커뮤니케이션, 이익 집단 등이 어떤 성장을 할 것인지?</div> <div>③ 2019년 목표는 퀘백시 관광의 모든 정보를 웹사이트(퀘백시티 투어리즘) 하나로 통일 시키는 것</div> <div>○ 관광종합계획은 5년 주기로 수립, 2018년도는 2년차 운영 중</div> <div>○ 시 예산 편성비율은 ①정부 ②관광청 ③IT산업 순임</div> <div>○ 퀘백시 관광객 맞이에 있어, 가장 중요한 것은 수준 있는 친절임.</div> <div>○ 시 운영 블로그가 아닌, 개인들의 블로그를 활용, 경험 들을 보여지게 하여 흥미를 끄는 것이 굉장히 중요함</div> <div>○ 경비를 주고 진행하는 미디어와 시에서 직접 운영하는 미디어를 병행하고 있으나, 시에서 운영하는 미디어가 더 중요함</div> <div>○ 타겟 시장 설정</div> <div>①퀘백(시민) ②캐나다 ③미국 ④프랑스 ⑤중국 등 기타 지역</div> <div>○ 아시안권 홍보 관련(어카운트 담당자-한국 4번 방문 홍보 추진)</div> <div>- 제주도 설문조사 결과 : 캐나다에서 가보고 싶은 곳은?</div> <div>①나이가아라 ②퀘백 (드라마 “도깨비” 여파가 큼)</div> <div>※ 드라마 “도깨비” 퀘백 촬영 여파로 한국 관광객이 5년 전 약 5천명에서 올해는 17만명 방문, 더불어 중국 및 일본인 관광객도 급증함</div> <div>- 강원도 화천군과 겨울축제 관련 MOU체결(화천 산천어 겨울축제)</div>	
<div><div></div><div></div><div></div></div>		
기관 방문(퀘백시 관광청)	프리젠테이션 및 질의응답	캐나다 관광청 블로그 (퀘백 도깨비 촬영지)

□ 퀘백시 관광청2

방문 일자	활동내용(질의응답 등)	
10. 29	<p>② 질의응답 내용</p> <p>① 월 5백만명 관광객 목표에 따른 숙박시설 등 인프라는 충분한 지? ○ 룸은 12만개 정도 확보되어 있으며, 에어비앤비 어플리케이션을 활용하여 일반주택에서도 숙식을 할 수 있도록 프로그램</p> <p>② 시 전체예산 중 관광분야 예산은 몇%를 차지 하는지? ○ 관광분야 예산액은 1,800 ~ 2,000억원임(정확한 비율은 모름)</p> <p>③ 미디어 홍보 외에 운영결과, 가장 효율적인 홍보방법은 ? ○ SNS를 활용한 홍보가 효과가 좋음. - 1. 인스타그램, 2. 페이스북, 3. 유튜브 순으로 효과가 좋음</p> <p>○ 한국 등의 여행관계자와 담당자를 초청하여 팸투어도 추진</p> <p>④ 1,200여개 관광홍보 협약 협회가 어떤 단체이며, 추진방법은? ○ 퀘백 시내 호텔, 레스토랑, 놀이기구업체 등 소그룹과 협력 ○ 호텔 단체 할인, 티켓을 5군데 모아서 할인 제공 등</p> <p>⑤ 퀘백시의 대표적인 축제는 무엇이며, 규모와 성과는 ? ○ 겨울축제인 윈터카니발, 매년 1월말~2월중순 개최, 1955년 시작, 아이스호텔, 스노래프팅, 개썰매, 빙판미니골프, 빙벽타기, 스노배스 등</p> <p>③ 시사점 및 착안사항</p> <p>○ 관내 호텔, 식당, 카페 등과 관광홍보 및 관광객 지원 협업체계 구축 - 우리시도 단체 관광객 등 할인과 여행사 경비 지원 등 일부 협력 사업을 운영 중이나, 더 많은 사업자와 협력체계를 구축하여 친절응대 교육 및 관광객 경비 할인, 편의시설 확충 노력이 필요함</p> <p>○ 겨울에도 관광객이 방문하여 즐길 수 있는 겨울축제 확대 - 퀘백시는 추운 겨울에도 꾸준히 관광객이 올 수 있도록 겨울축제 아이템 개발과 홍보에 중점을 두고 있음 - 지자체 축제가 봄·가을에 비해 겨울에 없는 점을 착안하여 겨울철 관광객 유치를 위해 우리시도 겨울축제 확대 운영 ※ 크리스마스트리 문화축제 기간 연장 및 장소 확대, 체험 및 즐길거리 발굴</p>	
		
퀘백 아이스호텔	퀘백 겨울축제	부산트리문화축제

5 시정 반영 가능한 우수시책

1. 해상케이블카 개방형 캐빈(선택형) 설치 운영

○ 사례내용

- 캐나다 몽모렌시 폭포 케이블카를 탑승하면서 꼭 막힌 유리로 되어 있어 선명하게 외부 경관이 느껴지지 않았고, 답답한 느낌이 들었음
- 하이난 원숭이섬의 케이블카는 개방형으로 시원한 바람을 느끼며 즐길 수 있어 만족도가 가장 높은 체험이라 평가 되고 있음

○ 도입방안

- 국내에는 아직 없는 개방형으로 해상케이블카 일부 캐빈(10% 정도)을 설치하여 직접 바람을 맞으며 상쾌한 기분을 느끼고자 하는 관광객 대상으로 운영
- 타지역의 케이블카와 차별화를 시키고, 젊은층과 청소년층 관람객 등 유치에 도움이 될 수 있는 방안 검토



하이난의 개방형 케이블카



하이난의 개방형 케이블카 탑승 장면

2. 시 브랜드 슬로건 디자인화하여 활용

○ 사례내용

- 뉴욕의 경우, I♥NY 등 간결하지만 시의 상징성 있는 브랜드 이미지를 전반적인 관광 상품으로 잘 활용하고 있었음

○ 도입방안

- 우리시 브랜드슬로건을 간결하지만 강한 인상을 줄 수 있는 표식으로 디자인화 하여 각종 상가 등 출입구에 부착하고 상가 입구, 상품 쇼핑백 및 각종 기념품 제작에도 활용하여 도시이미지 제고



상가 출입구 부착 홍보용



쇼핑백 제작활용



각종 기념품 디자인 활용

3. 유달산 달성사 입구 ~ 일등바위 구간 모노레일 설치

○ 사례내용

- 캐나다 퀘백의 윗마을과 아랫마을 절벽을 연결하는 “서서타는 모노레일 (퓌니쿨레르)”을 설치 운영하여 체험형 관광자원으로 활용

※ 퀘백 푸니쿨라 이용료 : 한화 2~3천원

○ 도입방안

- 유달산 정상(일등바위)을 가기 위해서는 달성사 입구를 이용할 경우 300여개의 계단(달성사 입구 계단 포함)이 있는데 이 구간을 체험형 관광자원인 “서서 타는 모노레일(퓌니쿨레르/Funiculaire)”을 설치 운영
- 달성사 입구부터 일등바위 우측(소요정)에 모노레일 설치 검토
- 유달산을 방문하는 관광객이 단순히 케이블카만 이용하는 단조로움을 배제하고 유달산 정상부(일등바위)를 쉽게 접근하여 다도해를 조망할 수 있도록 모노레일을 활용하는 등 다양한 체험형 관광자원 제공은 물론 케이블카로만 쏠리는 현상 방지로 교통체증도 해소하는 1석2조 효과



퀘백 푸니쿨라(입구)



퀘백 푸니쿨라(근경)



퀘백 푸니쿨라(야경)

4. 공원 등의 의자나 테이블 기증 설치받아 기증자 이름, 사연 기재

○ 사례내용

- 캐나다 공원의 수많은 의자와 테이블에는 하나도 빠짐없이 기증자의 이름표(명판)이나 사연들이 붙어 있는 것을 볼 수 있는데, 가족들의 특별한 날을 기념하거나 가족, 친구 등을 사랑하고, 보고 싶다는 내용 등 각각의 사연들을 담은 내용임
 - 밴쿠버에는 Tribute Benches, 또는 Adopt a Bench 라는 프로그램이 있음
 - 가족, 친구, 사랑하는 사람들을 그리워하며 의자, 테이블, 나무를 기증
 - 회사나 단체에서 특별한 기념일을 맞이하여 기증하는 사례도 있음
- ※ 시민들의 적극적 참여속에 원하는 자리에 벤치를 기증하려면 많이 기다려야 할 정도임

○ 도입방안

- 공원이나 산책로에 설치할 의자(Bench)와 테이블을 기증받아 기증자의 이름표(명판)이나 짧은 사연을 기재할 수 있도록 하여 기증자에게는 기념이 될 수 있도록 하고, 이용자 들에게는 소소한 볼거리를 제공
- 설치할 의자의 가격과 형태, 설치기간, 부착할 명판의 내용 등 구체적인 규정들은 공원이나 장소에 따라 다르게 정할 필요성이 있음
- 충분히 사업적으로 수익을 낼 수 있고, 의미도 있으면서 가치있는 공공사업으로 시민들의 자발적인 참여도 유도하고, 재정적으로도 도움이 될 수 있을 것임.

<밴쿠버 벤치 기증 프로그램 규정 - 참고>

- 벤치 가격 표준형 \$2,500 / 고급형 \$5,000 정도로 시내 외 지역은 더 저렴함
 - 벤치가 놓이는 자리 선택 가능, 한번 구입하면 10년간 무상 유지보수
 - 계약기간 만료시 연장계약 3번까지 가능(최대 30년간), 연장하지 않을시 다음 대기자에게 분양
 - 명판내용은 최대 3줄(36글자) 정도, 명패 내용은 사전 심사·협의
- ※ 명패에 고인을 기념할 경우 고인의 생존 기간과 관련된 날짜를 기록할 수 없도록 규정



공원 벤치 적용사례



벤치 기증자 명패



벤치 기증자 사연(명패내용)

5. 유달산 및 고하도 케이블카 주변 미니열차 운영

○ 사례내용

- 캐나다 곳곳의 공원에 운행 중인 미니열차는 시민 및 관광객들에게 인기를 끌고 있음

○ 도입방안

- 유달산 및 고하도 케이블카 인근, 목화단지(꽃밭) 주변에 미니열차 (또는 미니전동차) 구역을 조성하여 케이블카 이용객에게 볼거리와 즐길거리를 제공하고 체험 관광상품 개발
- 유달산 및 고하도 케이블카 주변, 목화단지(꽃밭) 인근 공터 또는 도로 가장자리를 이용, 미니열차(미니전동차 등)를 운행할 수 있는 소도로 마련
- 케이블카 이용객에게는 다양한 체험을 제공함은 물론 미니열차 이용료 등의 세입 증가로 시 재정에 보탬이 될 것으로 기대



토론토 유니온빌 미니열차



몬트리올 공원 미니열차



CNE타워 앞 미니열차



스페인(미니열차 매표소)

6. 시 브랜드 이미지 대형문자 형광판 설치

○ 사례내용

- 토론토 시청 앞에는 TORONTO 라는 문구로, 뉴욕에는 LOVE 라는 문구로 커다란 조형물을 설치하여 관광객들의 포토존으로 관심을 끌고 있음

○ 도입방안

- 우리시의 이미지를 상징할만한 브랜드슬로건 등 대형문자 형광판을 볼거리가 부족한 주요 관광지에 설치하여 시 홍보 및 관광상품으로 활용
 - 시내 주요 관광지 및 공원 등에 시 브랜드슬로건 등 상징성 있는 대형 문자 형광판을 설치하여 관광 상품화와 함께 시 이미지 제고
- 예) 평화광장, 유달산 노적봉 앞, 만남의폭포 광장, 만호동 인공벽천 앞 등

<상징적 문자 제작(안)>

- ‘낭만 항구 목포’ (ROMANCE MOKPO)
 - ‘맛의 도시 목포’ (DELICIOUS MOKPO)
 - ‘평화의 도시 목포’ (PEACE MOKPO) 등
- 관광객 포토존으로 활용되면 각종 SNS 및 블로그 등 여행후기를 통해 사진만 보고도 목포라고 인지가 되어 홍보 효과도 있을 것이며, 시 브랜드 이미지 제고를 통한 관광 수요 확충에도 기여



토론토 시청앞 문자형광판



토론토 시청앞 문자형광판(야경)



뉴욕 러브 조형물

7. 공공시설물 주민자치 관리제 도입

○ 사례내용

- 미국 등에서는 ‘입양한 자식처럼 해수욕장을 소중히 한다’는 시민 참여 관리제도(Beach Adopt Program)가 있음.
- 해변, 공원, 하천 등의 관리에 기업은 청소비용을 지원하거나 자사 광고가 포함된 쓰레기통을 설치하고, 시민(단체)이 청소하는 등의 방법으로 관리에 직접 참여하는 제도임.

○ 도입방안

- 우리시도 해상케이블카 개통 대비 친절·청결·질서 운동을 추진 중이므로 365일 청결한 관광지, 공원 등 관리를 위해 기업이나 시민(단체)들이 자율적으로 참여하여 관리할 수 있도록 “공공시설 주민자치 관리제”를 도입하여
- 행정력의 부족분을 메꾸고 진정한 자치발전을 도모할 필요성이 있음.

- 늘어나는 공원 등의 효율적 관리와 이용객들에게 쾌적한 공원환경을 제공하기 위해 기업이나 시민(단체)들의 자발적 참여를 이끌어 내어 매월 1~2회 제초작업과 풀베기, 수목 관리 등 환경 정화활동과 불법 쓰레기 투기행위 제도 및 신고 활동, 시설물 파손시 신고체계를 구축할 수 있게 추진



해수욕장 시민참여관리제도
(Beach Adopt Program)



공원 시민참여 청결활동



광양시 와우호수생태공원
광양제철소 환경자원그룹과 업무협약식

8. 차 없는 거리를 “낭만의 거리” 로 명소화

○ 사례내용

- 퀘백시 뿌띠샹플랭 거리는 1년 내내 운영 중인 성탄 기념품점(부티크노엘) 등 관광객 관심을 끌 수 있는 상점부터 화려하거나 아기자기한 건물 등 거리의 특색이 있어 관광객 등이 많이 찾고 있음

○ 도입방안

- 원도심 차없는 거리 구간(약700m)을 “낭만의 거리”로 명명하여 상가 건물과 간판, 시설물을 차별화된 색감, 디자인으로 리모델링하고 거리 자체가 관광상품이 될 수 있게 관광객이 찾고 싶은 거리로 조성
- “낭만항구 목포” 이미지에 걸 맞는 “낭만의 거리”를 목포역에서 가까운 차 없는 거리에 조성하여 관광객에게 볼거리와 즐길거리 제공
- 도시재생 사업의 일환인 청년점포 모집 및 지원시 차없는 거리내의 비어있는 점포를 우선 지원하고, 아기자기하게 인테리어를 한 가게 (기념품점, 식당, 카페, 간식거리, 옷가게 등)를 입점 지원하여 관광객이 찾아올 수 있는 거리로 조성
- 야간 경관 및 꽃장식, 각종 조형물 제작 설치로 포토존 및 볼거리 제공
- 낭만적인 이미지의 거리로 재탄생하게 되면 관광객 확충 및 도시재생 활성화



퀘백 뱀띠상플랭 거리 꽃장식



퀘백거리 디자인 조형물



퀘백 아기자기한 건물 디자인



퀘백 컬러풀한 상가 건물



퀘백 기념품점(부티크노엘)



퀘백 재미있는 조형물



마산 상상길 건물 및 조형물



마산 상상길 골목다방 외부



마산 상상길 벽화 조형물

9. 삼학도 공원 단풍나무길 등 조성

○ 사례내용

- 캐나다는 국토전역에서 단풍을 감상할 수 있는 단풍국으로 유명하여 국기에도 단풍이 그려져 캐나다는 상징하고 있음.
- 퀘백의 멋진 건물과 함께 낭만을 느끼기에 충분한 단풍도 가까이에서 즐길 수 있어 가을 단풍과 테이블 랙 꽃시계 등을 활용한 관광상품이 여행자들의 필수코스로 인기를 끌고 있음

○ 도입방안

- 삼학도 공원에 대형 꽃시계와 야간경관 호박터널, 이난영 공원에는 단풍나무 가로수길을 조성 더 많은 관광객들의 필수코스로 정착될 수 있도록 추진
 - 삼학도 공원 : 대형 꽃시계, 기존 호박터널을 이용한 야간경관 조명 조명이 들어간 호박 조형물과 조명등, 벤치도 설치
 - 이난영 공원 : 입구 등산로 양쪽으로 단풍나무를 식재하여 낭만적인 가로수길로 조성

- 아름다운 자연경관을 좋아하는 관광객들 니즈에 걸맞게 주간에도 야간에도 방문하고 싶은 삼학도 공원으로 조성하여 관광객 확충



이난영공원 입구 등산로

⇒



케백 단풍길



테이블락 꽃시계



대구 수성랜드 호박터널



호박조형물

10. 배출쓰레기 정돈을 위한 다양한 크기의 론놀박스 설치

○ 사례내용

- 캐나다 도심내에는 배출쓰레기 관리 위한 소규모의 론놀박스를 설치하여 무분별한 배출과 수거전 까지 방치로 인한 도시미관 저해 요소 차단

○ 도입방안

- 인구 밀집지역의 야간 배출 쓰레기가 무분별하게 흐터져 방치됨으로써 관광 목포, 낭만 항구 도시 목포의 이미지를 손상하고 있어
- 쓰레기 배출량을 지역별로 사전 조사하여 데이터를 작성하고 배출량에 맞는 적정 사이즈 론놀박스를 제작 설치

※ 론놀박스 앞, 뒷면 등 활용 우리시 이미지 홍보 및 선진질서 의식 캠페인 광고 병행

- 시범지역(동)을 선정하여 실시 후, 효과분석을 통해 최적의 모델로 전지역으로 확대 시행 하므로써 시행착오를 줄이고 예산 낭비 최소화
- 방치된 배출쓰레기를 정돈함으로써 도심 청결과 낭만항구 이미지 제고



방치된 쓰레기



다양한 크기의 룬놀박스 설치 사례

11. 담배꽂초 전용 쓰레기통 설치

○ 사례내용

- 캐나다 도심 길거리와 광장, 휴게소 등에는 일반쓰레기와 담배꽂초를 분리하여 버릴 수 있는 쓰레기통이 다양한 형태로 설치되어 있음
- 이에 일반쓰레기와 담배꽂초를 함께 버렸을 경우 발생할 수 있는 화재 위험을 예방하고 있음

○ 도입방안

- 우리시 평화광장, 길거리, 공원 등에 전보대와 가로등을 이용하거나 일반 쓰레기통 바로 옆 공간에 담배꽂초 전용 쓰레기통을 설치하여 자연스러운 분리 수거와 발생할 수 있는 화재도 사전 예방



담배꽂초 쓰레기통

12. 유달산케이블카 및 고하도케이블카 주차장 간 직통 2층버스 운행

○ 사례내용

- 미국 워싱턴 D.C 시내에서 국회의사당만 운행하는 전용 2층버스에는 국회의사당 사진을 버스 외부 디자인으로 하여 목적지를 쉽게 알 수 있음
- 여수, 창원, 부산, 대구, 광주 등 국내 자치단체에서도 시티투어 관광객 체험용으로 2층 버스를 도입하여 관광객에게 재미를 선사하고 호응을 받고 있음

○ 도입방안

- 목포역, 버스터미널, 여객선터미널(3개 코스)과 유달산케이블카 주차장 및 고하도케이블카 주차장만 직통으로 운행하는 2층 버스 신설 운영
- 2층 버스 외장디자인을 유달산과 고하도 해상케이블카 사진을 부착하여 외관만 봐도 케이블카 승차장으로 간다는 인식을 갖게끔 외관정비
- 케이블카 이용객들이 단순히 케이블카만 이용하는 단조로운 관광형태에서 벗어나 재미를 유발할 수 있는 2층 버스(천정 개방형)도 병행 운행함으로써 기억에 남는 체험을 하고 머물다 갈 수 있는 관광상품 제공



미국 워싱턴D.C 시내에서 국회의사당만 운행하는 전용 2층버스



국회의사당 전경



창원 시티투어 2층버스



부산 시티투어 2층버스



여수 2층버스 탑승장면

13. 공중화장실 입구 바닥면에 남, 여 글자 표기

○ 사례내용

- 뉴욕 화장실에는 화장실 그림 표지를 보지 않고 남자들이 무심코 여자 화장실에 들어가 논란이 되고 범죄자 취급을 당하는 경우를 방지하고자 화장실 입구 바닥에 남, 여 글자를 크게 표기하고 있었음

○ 도입방안

- 공원이나 등산로 등의 공중화장실 이용자들에게 남, 여 구분 사용 공간을 정확히 안내함으로써 범죄와 논란의 소지를 사전에 차단하고 범죄 없는 깨끗한 공중화장실 문화 정착을 유도하기 위해
- 공중화장실 리모델링 또는 신설할 때 화장실 입구 바닥면 타일 시공시 남·여 글자를 크게 표기해 성별 구분 정확히 안내하기



화장실 표시(남성)



화장실 표시(여성)

위와 같이 국외정책연수를 실시하였기에 결과보고 합니다.

2018. 11. 23.

보고자 팀장 행정5급 김성호 (인)

목포시장 귀하